

Seminar Nasional Dalam Rangka Dies Natalis UNS Ke 43 Tahun 2019

“Sumber Daya Pertanian Berkelanjutan dalam Mendukung Ketahanan dan Keamanan Pangan Indonesia pada Era Revolusi Industri 4.0”**Menentukan Alternatif Strategi Pengembangan Agribisnis Cabai Merah di Kabupaten Sleman dengan Analisis Grand Strategy**

Fadli Akbar Lubis, Mohamad Harisudin, Rhina Uchyani Fajarningsih
Program Studi Agribisnis, Pascasarjana Universitas Sebelas Maret, Surakarta
Email : fadliakbar211@student.uns.ac.id

Abstrak

Petani di Kabupaten Sleman saat ini hanya berkontribusi di bidang usaha tani tingkat produksi (*on-farm*) dengan nilai tambah atau keuntungan yang relatif kecil. Sementara subsistem pengolahan dan pemasaran (*non-farm*) cenderung tidak ditangani oleh mereka sebagai petani tetapi oleh pedagang atau pebisnis lainnya. Pengembangan agribisnis cabai merah adalah salah satu alternatif dalam meningkatkan kinerja sektor pertanian. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan alternatif strategi pengembangan agribisnis cabai merah di Kabupaten Sleman. Penelitian ini dilakukan pada bulan Desember tahun 2018 hingga Januari tahun 2019 dengan mewawancarai 11 responden yang dianggap sebagai *key informan*. Metode dasar penelitian ini adalah deskriptif berbasis data primer dan sekunder. Perumusan alternatif strategi dianalisis dengan membuat matrik IFE dan EFE, kemudian dilanjutkan dengan *grand strategy*. Berdasarkan analisis *grand strategy*, maka posisi bersaing agribisnis cabai merah berada pada kuadran I (pertumbuhan pasar yang tinggi dan posisi kompetitif yang kuat).

Kata kunci : strategi pengembangan, agribisnis, cabai merah, *grand strategy*

Pendahuluan

Indonesia adalah negara agraris yang sebagian besar penduduknya hidup dari hasil bercocok tanam atau bertani. Sehingga pertanian merupakan sektor yang memegang peranan penting dalam kesejahteraan kehidupan penduduk Indonesia. Sektor pertanian begitu penting karena menyediakan berbagai produk yang dibutuhkan oleh seluruh penduduk Indonesia (Adimihardja, 2006). Sektor ini juga sangat diperlukan sebagai salah satu komponen utama dalam program dan strategi pemerintah untuk mengentaskan kemiskinan. Berdasar pertimbangan inilah, maka sektor pertanian merupakan sektor yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia dan menciptakan lapangan pekerjaan bagi penduduk untuk menghasilkan pendapatan.

Pengembangan agribisnis merupakan pembangunan industri dan pertanian serta jasa yang dilakukan sekaligus, secara simultan dan dengan struktur yang baik. Agribisnis sebagai suatu sistem adalah agribisnis yang merupakan suatu kelengkapan unsur yang secara teratur membentuk sistem dengan model yang baik dan dapat dijalankan oleh pelaku bisnis. Berdasarkan Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia No. 06/Permentan/OT.140/2/2015 Tahun 2015, pengembangan

agribisnis didasarkan pada aspek penyediaan sarana produksi, aspek produksi, aspek pemasaran dan pengolahan, serta aspek kelembagaan pendukung (Direktorat Jenderal Prasarana dan Sarana Pertanian. 2015). Dapat diartikan bahwa sistem agribisnis terbentuk dari subsistem yang tergabung dalam satu rangkaian.

Cabai merah (*Capsicum annuum* L) merupakan salah satu jenis tanaman hortikultura yang penting untuk dikembangkan. Hal ini disebabkan selain cabai memiliki kandungan gizi yang cukup lengkap, juga memiliki nilai ekonomi yang tinggi yang banyak digunakan untuk konsumsi rumah tangga maupun industri makanan. Cabai merah (*Capsicum annuum* L) merupakan komoditi hortikultura yang tergolong tanaman semusim. Tanamannya berbentuk perdu dengan ketinggian antara 70-110 cm. Ukuran dan bentuk buah pada umumnya besar dan panjang dengan berat buah bervariasi tergantung varietasnya (Samadi, 2007). Komoditas hortikultura merupakan komoditas potensial yang memiliki nilai ekonomi dan permintaan pasar yang tinggi (Direktorat Jenderal Hortikultura, 2015). Agribisnis cabai merah memiliki prospek yang bagus jika dikembangkan dengan baik, karena dalam kehidupan sehari-hari cabai merah memegang peranan yang penting, terutama bagi ibu-ibu rumah tangga dan juga berperan dalam memenuhi gizi masyarakat, selain itu cabai merah jika dibudidayakan dengan tujuan untuk nilai bisnis tentunya dapat menembus pasaran dengan mudah.

Komoditas cabai merupakan salah satu bahan pelengkap bumbu masakan yang paling sering digunakan oleh masyarakat sehingga harga dari komoditas ini selalu fluktuatif dan sering menyumbang inflasi bagi perekonomian nasional. Kebutuhan cabai untuk kota besar yang berpenduduk satu juta atau lebih sekitar 800.000 ton/tahun atau 66.000 ton/bulan (Kementerian Pertanian, 2015). Pada musim hajatan atau hari besar keagamaan, kebutuhan cabai meningkat sekitar 10% - 20% dari kebutuhan normal. Dalam rangka untuk memenuhi seluruh kebutuhan cabai tersebut maka diperlukan pasokan cabai yang mencukupi. Apabila pasokan cabai kurang atau lebih rendah dari permintaan maka hal ini akan membuat harga cabai mengalami kenaikan harga. Maka dari hal tersebut pengembangan agribisnis cabai diharapkan dapat mengatasi permasalahan yang selama ini menjadi topik utama pada komoditas cabai.

Salah satu daerah di Indonesia yang fokus dalam mengembangkan agribisnis cabai adalah Kabupaten Sleman di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Sektor pertanian di Kabupaten Sleman merupakan salah satu unggulan bagi perekonomian daerahnya. Sektor pertanian adalah salah satu sektor yang banyak dijadikan sebagai sumber untuk memperoleh pendapatan bagi masyarakat di Kabupaten Sleman. Namun dalam hal ini sebagian besar petani hanya berkontribusi di bidang usaha tani tingkat produksi (*on-farm*) dengan nilai tambah atau keuntungan yang relatif kecil. Petani di Kabupaten Sleman saat ini hanya menjual produknya dalam bentuk cabai segar. Sementara subsistem pengolahan dan pemasaran (*off-farm*) cenderung tidak ditangani oleh mereka sebagai

petani tetapi oleh pedagang atau pebisnis lainnya. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Sleman, tahun 2013 sampai tahun 2017 komoditas cabai merah di Sleman mengalami ketidakstabilan dalam jumlah produksi. Tahun 2016 mengalami penurunan sebanyak 4.384 kuintal dari tahun 2015, dan pada tahun 2017 jumlah produksi meningkat sebesar 17.042 kuintal dari tahun 2016.

Tabel 1. Luas Panen, Produksi dan Rata-Rata Produksi Cabai Merah per Kecamatan di Kabupaten Sleman, 2017

Kecamatan	Cabai merah/ <i>Chilli</i>		
	Luas Panen (<i>Ha</i>)	Produksi (<i>Kwt</i>)	Rata-rata Produksi (<i>Kwt/Ha</i>)
1. Moyudan	2	75	46,88
2. Minggir	7	180	27,07
3. Seyegan	21	627	30,45
4. Godean	65	1.764	27,23
5. Gamping	30	866	28,66
6. Mlati	60	1.582	26,24
7. Depok	34	611	18,02
8. Berbah	18	291	16,63
9. Prambanan	175	2.394	13,71
10. Kalasan	528	11.257	21,33
11. Ngemplak	263	6.148	23,40
12. Ngaglik	323	7.976	24,70
13. Sleman	150	3.608	24,00
14. Tempel	98	2.019	20,70
15. Turi	265	6.195	23,38
16. Pakem	580	11.144	19,23
17. Cangkringan	211	3.930	18,62
Jumlah/Total	2.827	60.668	21,46
Tahun/Year 2016	703	43.626	62,06
Tahun/Year 2015	669	48.010	71,76
Tahun/Year 2014	679	40.814	60,11
Tahun/Year 2013	645	43.504	67,45

Sumber : BPS Kabupaten Sleman (2018)

Usaha pengembangan agribisnis cabai merah dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan masyarakat di Kabupaten Sleman. Dengan adanya lahan yang tersedia dan juga didukung oleh iklim dan sumber air yang cukup maka para petani dapat mengembangkan potensi untuk menanam cabai dengan baik sehingga dapat meningkatkan sumber pendapatan keluarganya. Produksi tanaman hortikultura di Kabupaten Sleman tahun 2017 yang relatif besar adalah cabai merah sebesar 60.668 kuintal (BPS Kabupaten Sleman, 2018). Hal ini dapat dijadikan acuan untuk terus mengembangkan potensi agribisnis cabai agar terus meningkatkan produksinya serta meningkatkan taraf hidup petani.

Agribisnis cabai merah di Magelang menguntungkan baik secara privat maupun sosial dan tidak ada masyarakat yang dirugikan akibat kegiatan agribisnis komoditas tersebut. Dengan demikian agribisnis cabai merah dapat dikembangkan lebih lanjut *Input nontradeable* usahatani cabai merah telah digunakan secara efisien dan memberikan nilai tambah bagi petani (Antriandatri & Ani, 2015). Pada kasus lainnya strategi yang tepat diterapkan oleh Sub Terminal Agribisnis Manik Mekar Nadi dalam memasarkan cabai merah yaitu, Strategi SO menjaga kualitas cabai merah, memperluas jaringan pemasaran dan distribusi produk, dan meningkatkan produksi cabai merah. Strategi WO melakukan pinjaman modal, melakukan promosi dengan teknologi yang ada, dan standarisasi produk. Strategi ST standarisasi harga dan memperluas jaringan usaha. Strategi WT meningkatkan fasilitas operasional, menjaga stabilitas harga ditingkat konsumen, dan meningkatkan stok cabai merah (Dewi, Ustriyana & Djelantik, 2017). Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui faktor – faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) serta memperoleh alternatif strategi yang memungkinkan untuk diterapkan dalam pengembangan agribisnis cabai merah di Kabupaten Sleman.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Sleman sejak bulan Desember tahun 2018 hingga bulan Januari tahun 2019 dengan menggunakan metode yaitu metode yang memusatkan diri pada pemecahan – pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang dan pada masalah – masalah yang aktual. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian pada masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung (Noor, 2011). Lokasi penelitian ditentukan dengan metode *purposive sampling* yaitu pemilihan sekelompok subyek didasarkan atas ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang berkaitan erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya (Sugiyono, 2014).

Responden dalam penelitian ini adalah informasi kunci (*key informan*) yang merupakan subjek yang telah cukup lama dan intensif menyatu dengan kegiatan yang memiliki informasi serta masih terlibat secara penuh pada kegiatan yang menjadi perhatian peneliti. Penelitian kualitatif lebih terfokus pada representasi terhadap fenomena sosial sehingga prosedur sampling yang terpenting adalah bagaimana menentukan informasi kunci (*key informan*) atau situasi sosial tertentu yang sarat informasi sesuai dengan fokus penelitian (Bungin, 2005). Dalam hal ini yang dijadikan sebagai responden adalah pejabat dan staf Dinas Pertanian, Pangan dan Perikanan Kabupaten Sleman, pejabat Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Sleman, petani cabai merah yang telah memiliki pengalaman lebih dari 10 tahun, pedagang besar yang telah memiliki pengalaman lebih dari 10 tahun, penyedia sarana produksi yang telah memiliki pengalaman lebih dari 10 tahun, dan pengurus pasar lelang cabai Kabupaten Sleman.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pada penelitian ini analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan analisis *External Factor Evaluation* (EFE). Faktor-faktor tersebut diperoleh dengan melakukan observasi di lapangan secara langsung dan juga dengan melakukan wawancara melalui kuisioner yang telah disusun oleh peneliti kepada responden terkait, yang dianggap sebagai *key informan* dalam penelitian. Setelah menentukan faktor internal yang berupa kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal yang berupa peluang dan ancaman. Kemudian faktor-faktor tersebut dinilai oleh responden yang dianggap sebagai *key informan* dengan menggunakan pengukuran skala ordinal 1 sampai 5 dengan keterangan yaitu 1 “sangat tidak penting”, 2 “tidak penting”, 3 “cukup penting”, 4 “penting”, dan 5 “sangat penting”. Skala ordinal adalah skala pengukuran yang tidak hanya menyatakan kategori, tetapi juga menyatakan peringkat *construct* yang diukur (Sugiyono, 2014).

Untuk merumusan strategi dalam penelitian ini menggunakan analisis *grand strategy*, dengan melihat posisi dari 4 kuadran yang tersedia. Matrik Strategi Besar (*Grand Strategy Matrix*) telah menjadi alat yang populer untuk merumuskan strategi alternatif. Semua organisasi dapat diposisikan di salah satu dari empat kuadran strategis. Matrik Strategi Besar didasarkan pada dua dimensi evaluatif yaitu posisi kompetitif dan pertumbuhan pasar (industri). Kuadran pada matrik *grand strategy* memiliki makna sebagai kuadran I perusahaan memiliki posisi strategis yang sempurna, kuadran II perusahaan sedang tumbuh namun tidak mampu bersaing secara efektif, kuadran III perusahaan berada pada pertumbuhan industri yang lambat dan memiliki posisi kompetitif yang lemah, kuadran IV perusahaan berada pada posisi kompetitif yang kuat namun berada di dalam industri yang pertumbuhannya lambat (David, 2011).

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden Penelitian

Seluruh responden termasuk dalam usia produktif (tabel 2) yaitu sebesar 100 %, artinya pada usia tersebut responden masih aktif dalam bekerja dan mampu dalam memenuhi kebutuhan perekonomian untuk keluarganya. Pada usia produktif ini responden masih memiliki kemampuan yang baik dalam berinteraksi dengan berbagai *stakeholder* yang ada di lingkungannya. Kelompok usia tersebut adalah kelompok usia dewasa yang cenderung berpikir rasional.

Responden pada penelitian ini juga seluruhnya berjenis kelamin laki-laki. Saat melakukan penelitian langsung ke lapangan, peneliti mendapat rekomendasi dari berbagai narasumber yang telah ditemui sebelumnya untuk mendapatkan narasumber selanjutnya yang berhubungan dengan fenomena yang diteliti. Sehingga peneliti hanya berkomunikasi dan berkoordinasi dengan

narasumber yang direkomendasikan. Tingkat pendidikan responden yang tamat dari SLTA berjumlah 7 orang yaitu sebesar 63,64 %. Responden ini adalah 2 petani yang sudah memiliki pengalaman lebih dari 10 tahun, 2 pedagang besar yang sudah berkiprah lebih dari 10 tahun, 2 penyedia sarana produksi yang sudah memiliki usaha lebih dari 10 tahun dan juga 1 pengurus pasar lelang. Untuk tingkat pendidikan pada S1 dan S2 adalah pegawai pemerintahan Kabupaten Sleman di Dinas Pertanian, Pangan dan Perikanan serta di Dinas Perindustrian dan Perdagangan yang memiliki jabatan struktural.

Tabel 2. Karakteristik Responden

No	Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
1	Usia Responden		
	a. Usia produktif (15-64)	11	100
	b. Usia non produktif (>64)	-	-
	Jumlah	11	100,00
2	Jenis Kelamin		
	a. Laki-laki	11	100
	b. Perempuan	-	-
	Jumlah	11	100,00
3	Tingkat Pendidikan		
	a. Tamat SD	-	-
	b. Tamat SLTP	-	-
	c. Tamat SLTA	7	63,64
	d. Sarjana (S1)	2	18,18
	e. Magister (S2)	2	18,18
	Jumlah	11	100,00
4	Pekerjaan		
	a. Pegawai Pemerintahan	4	36,37
	b. Petani	2	18,18
	c. Pengurus Pasar Lelang	1	9,09
	d. Pedagang Besar	2	18,18
	e. Pengusaha/Penyedia Saprodi	2	18,18
	Jumlah	11	100,00

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Penentuan Strategi Pengembangan Agribisnis Cabai Merah di Kabupaten Sleman

Perumusan strategi dengan menggunakan analisis *grand strategy* dimulai dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal. Identifikasi ini dilakukan untuk menentukan faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan ancaman yang ada di Kabupaten Sleman dalam upaya pengembangan agribisnis cabai merah. Identifikasi yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan melakukan observasi di lapangan dan melakukan wawancara secara mendalam atau *in-dept interview* kepada responden yang dipilih secara sengaja (*purposive*) dan dianggap sebagai *key informan* atau ahli dibidangnya. Perumusan strategi didasarkan pada analisis yang menyeluruh terhadap pengaruh faktor – faktor lingkungan eksternal dan internal perusahaan.

Hasil dari identifikasi faktor internal dan eksternal menyatakan bahwa faktor internal mempunyai 5 aspek kekuatan dan 5 aspek kelemahan, serta faktor eksternal yang memiliki 5 aspek peluang dan 5 aspek ancaman. Lingkungan eksternal pada suatu perusahaan setiap saat dapat berubah dengan cepat sehingga melahirkan berbagai peluang dan ancaman yang datang dari pesaing bisnis. Konsekuensi perubahan faktor eksternal tersebut juga mengakibatkan perubahan faktor internal perusahaan seperti perubahan terhadap kekuatan maupun kelemahan yang dimiliki perusahaan tersebut (Rangkuti, 2013).

Tabel 3. Faktor Internal dan Eksternal Pengembangan Agribisnis Cabai Merah di Kabupaten Sleman

Faktor Internal dan Eksternal	
Kekuatan (<i>Strenghts</i>)	
1	Ketersediaan sarana produksi
2	Kualitas cabai merah bagus
3	Hasil produksi ada setiap hari
4	Penjualan hasil produksi melalui pasar lelang
5	Akses modal mudah dijangkau
Kelemahan (<i>Weakness</i>)	
1	Pengawasan terhadap bibit yang digunakan masih lemah
2	Kemampuan petani dalam penerapan teknologi masih kurang
3	Belum ada pengolahan lebih lanjut dari hasil produksi
4	Masih ada kelembagaan petani yang kurang aktif
5	Fasilitas pasar lelang masih kurang
Peluang (<i>Opportunity</i>)	
1	Permintaan pasar terhadap cabai merah tinggi
2	Iklim dan tanah yang cocok untuk budidaya cabai merah
3	Adanya teknologi yang membantu dalam budidaya
4	Pengolahan cabai merah menjadi produk lain
5	Terbukanya lembaga keuangan bagi petani untuk memperoleh modal
Ancaman (<i>Threats</i>)	
1	Serangan OPT
2	Persaingan dengan daerah lainnya
3	Belum ada jaminan harga
4	Harga cabai merah sering berfluktuasi
5	Cuaca yang tidak menentu

Sumber : Data Primer, 2018

Perumusan strategi pengembangan agribisnis cabai merah di Kabupaten Sleman dibentuk melalui pendapat dari responden terkait kebutuhan pengembangan yang diharapkan. Setelah faktor-faktor internal dan eksternal diidentifikasi, selanjutnya membuat matrik dengan menentukan bobot dan rating dari masing-masing faktor strategi, sehingga akan didapatkan total skor untuk faktor strategi internal dan total skor untuk faktor strategi eksternal. Matrik IFE dan EFE terdiri dari kolom bobot, rating, dan total nilai yang merupakan hasil kali dari bobot dan rating. Kolom bobot dan rating diisi sesuai dengan nilainya yang merupakan hasil dari pengelompokan faktor-faktor internal dan eksternal berdasarkan tingkat kepentingannya (David, 2009).

Tabel 4. Matrik *Internal Factor Evaluation*

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (<i>Strenght</i>)			
1. Ketersediaan sarana produksi	0,10	4	0,40
2. Kualitas cabai merah bagus	0,11	4	0,44
3. Hasil produksi ada setiap hari	0,11	3	0,33
4. Penjualan hasil produksi melalui pasar lelang	0,09	3	0,27
5. Akses modal mudah dijangkau	0,11	4	0,44
Total Skor			1,88
Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
1. Pengawasan terhadap bibit yang digunakan masih lemah	0,10	1	0,10
2. Kemampuan petani dalam penggunaan teknologi masih kurang	0,11	2	0,22
3. Belum ada pengolahan lebih lanjut dari hasil produksi	0,10	2	0,20
4. Masih ada kelembagaan petani yang kurang aktif	0,08	1	0,08
5. Fasilitas di pasar lelang masih kurang	0,09	1	0,09
Total Skor			0,69
Total Internal Faktor	1,00		2,57

Sumber : Data Primer, 2018

Berdasarkan hasil matrik IFE pada faktor kekuatan, kualitas cabai merah yang bagus dan akses modal yang mudah dijangkau memiliki skor tertinggi dengan nilai 0,44. Untuk skor yang terendah adalah penjualan hasil produksi melalui pasar lelang dengan nilai skor 0,27. Sementara itu

pada faktor kelemahan, kemampuan petani dalam penggunaan teknologi masih kurang memiliki nilai skor tertinggi yaitu 0,22 dan fasilitas di pasar lelang masih kurang menjadi yang terendah dengan nilai skor 0,09.

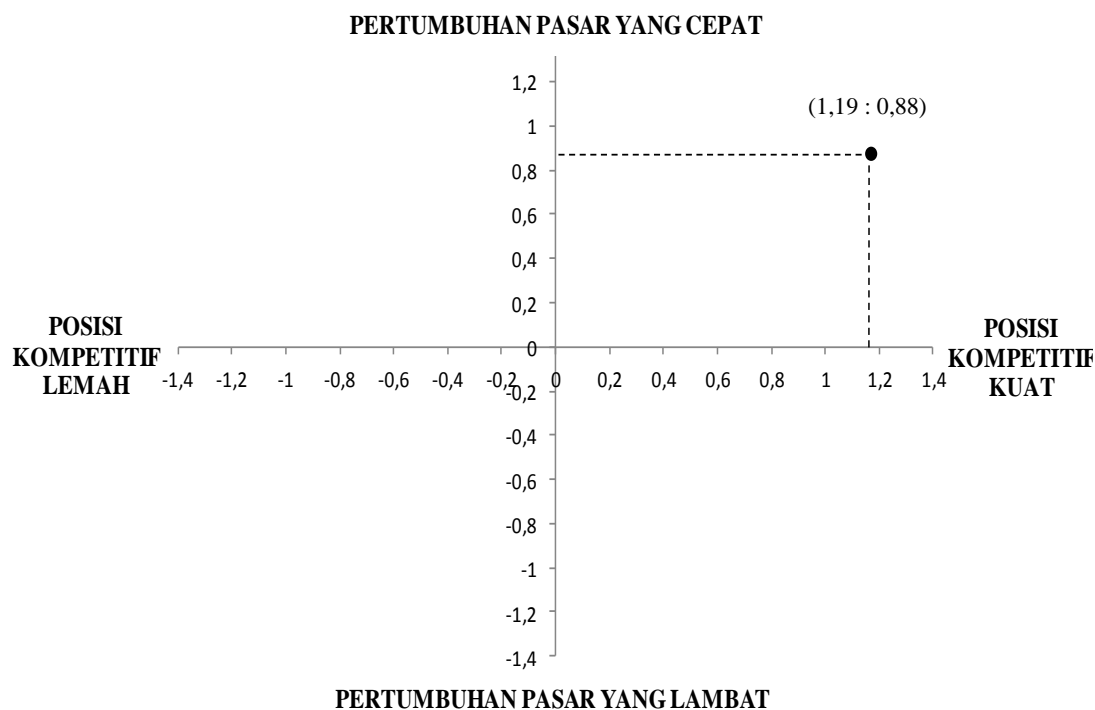
Tabel 5. Matrik *External Factor Evaluation*

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (<i>Opportunity</i>)			
1. Permintaan pasar terhadap cabai merah tinggi	0,12	4	0,48
2. Iklim dan tanah yang cocok dalam budidaya cabai merah	0,09	3	0,27
3. Adanya teknologi yang membantu dalam budidaya	0,11	4	0,44
4. Pengolahan cabai merah menjadi produk lain	0,10	3	0,30
	0,09	3	0,27
5. Terbukanya lembaga keuangan bagi petani untuk memperoleh modal			
Total Skor			1,76
Ancaman (<i>Threats</i>)			
1. Serangan OPT	0,13	2	0,260,18
2. Persaingan dengan daerah lainnya	0,09	2	0,18
3. Belum ada jaminan harga	0,10	1	0,10
4. Harga cabai merah sering berfluktuasi	0,09	2	0,16
5. Cuaca yang tidak menentu	0,08	2	
Total Skor			0,88
Total Eksternal Faktor	1,00		2,64

Sumber : Data Primer, 2018

Berdasarkan hasil matrik EFE pada faktor peluang, permintaan pasar terhadap cabai merah tinggi memiliki skor tertinggi dengan nilai 0,48. Untuk skor yang terendah adalah iklim dan tanah yang cocok dalam budidaya cabai merah dan terbukanya lembaga keuangan bagi petani untuk memperoleh modal dengan nilai skor 0,27. Sementara itu pada faktor ancaman, serangan OPT memiliki nilai skor tertinggi yaitu 0,26 dan belum ada jaminan harga menjadi yang terendah dengan nilai skor 0,10.

Setelah mendapat nilai dari Tabel 4 matrik IFE dan Tabel 5 matrik EFE diatas, maka selanjutnya dapat disimpulkan melalui tahap *matching stage* melalui matrik *grand strategy* untuk mengetahui posisi relatif dalam upaya pengembangan agribisnis cabai merah di Kabupaten Sleman. Hasil perhitungan dari faktor internal dan eksternal digunakan untuk menentukan titik koordinat strategi pengembangan yang dapat dilakukan. Sumbu horizontal (X) adalah faktor internal, nilai dari koordinat X merupakan selisih faktor kekuatan dikurangi faktor kelemahan, yaitu $(1,88 - 0,69) = 1,19$. Sedangkan sumbu vertikal (Y) adalah faktor eksternal yang merupakan selisih faktor peluang dikurangi faktor ancaman, nilai dari koordinat Y adalah $(1,76 - 0,88) = 0,88$.



Gambar 1. Posisi Kuadran *Grand Strategy*

Hasil yang diperoleh dari matrik *grand strategy* menunjukkan posisi koordinat pada kuadran I (satu). Menurut David (2011), pada kuadran I mewakili perusahaan dengan pertumbuhan pasar yang tinggi dan posisi kompetitif yang kuat. Pada posisi seperti ini, agribisnis cabai merah di Kabupaten Sleman memiliki kekuatan yang lebih besar daripada kelemahan dan memiliki peluang yang lebih besar daripada ancaman. Dalam hal ini, pemerintah daerah dan petani yang berperan dalam pengembangan agribisnis cabai merah memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada secara maksimal. Pemerintah daerah bersama-sama dengan petani terus berkonsentrasi pada pasar saat ini dengan melaksanakan strategi yang sesuai seperti pengembangan pasar dengan memperkenalkan cabai merah hasil produksi dari Kabupaten Sleman ke wilayah baru dengan memanfaatkan fungsi dari pasar lelang, agar bisa menjangkau pasar yang

lebih luas. Penetrasi pasar dengan menjaga dan meningkatkan pangsa pasar yang ada saat ini melalui upaya pemasaran yang lebih besar. Pengembangan produk dengan meningkatkan penjualan melalui perbaikan produksi saat ini, membuat produk turunan dari cabai merah menjadi produk olahan industri seperti saus sambal, abon cabai, dan juga cabai bubuk untuk keperluan segmentasi pasar yang lebih luas.

Kesimpulan dan Saran

Pengembangan agribisnis cabai merah di Kabupaten Sleman dapat dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan serta peluang yang ada, seperti memanfaatkan ketersediaan dan kemudahan dalam memperoleh sarana produksi dan juga memanfaatkan pasar lelang sebagai tempat menjual hasil produksi. Dengan demikian agribisnis cabai merah dapat dikembangkan lebih lanjut terutama dalam aspek pemasaran dan pengolahan. Permintaan terhadap cabai merah yang tinggi dapat dipenuhi oleh petani lokal sehingga dapat menguntungkan petani.

Berdasarkan hasil dari analisis *grand strategy*, posisi koordinat terletak pada kuadran I. Pada kuadran I, strategi yang direkomendasikan adalah pengembangan pasar, penetrasi pasar, pengembangan produk, integrasi ke depan, integrasi ke belakang, integrasi horizontal, dan diversifikasi terkait. Dengan demikian pemerintah Kabupaten Sleman dapat menyiapkan berbagai skema untuk pengembangan pasar dan juga upaya pengembangan produk, seperti membuat produk olahan dengan bahan dasar cabai merah. Pemerintah Kabupaten Sleman harus memperkuat posisi pasar lelang cabai untuk memberikan perlindungan harga kepada petani.

Daftar Pustaka

- Adimihardja, A. 2006. Strategi Mempertahankan Multifungsi Pertanian Indonesia. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Volume 25, Nomor 3*.
- Antriandarti, E & Ani, S.W. 2015. Pengembangan agribisnis cabai merah (*Capsicum annum L*) Di Kabupaten Magelang. *Media Trend Vol. 10 No. 1*, hal. 47-56.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sleman. 2018. *Sleman Dalam Angka 2018*. Kabupaten Sleman. Retrieved from <https://slemankab.bps.go.id>.
- Bungin, B. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Prenadamedia.
- David, F. 2009. *Manajemen Strategis: Konsep-konsep*. Alih Bahasa: Dono Sunardi. Jakarta: Salemba Empat.
- David, F. 2011. *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dewi, N.T., Ustriyana, I.N.G., & Djelantik, A.W.S., 2016. Strategi Pemasaran Cabai Merah Pada Sub Terminal Agribisnis Manik Mekar Nadi. *E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata Vol. 6, No. 2*.
- Direktorat Jenderal Hortikultura. 2015. *Rencana Strategis Direktorat Jenderal Hortikultura 2015-2019*. Dirjen Hortikultura R.I. Jakarta. Retrieved from <http://hortikultura.pertanian.go.id>.
- Direktorat Jenderal Prasarana dan Sarana Pertanian. 2015. *Peraturan Menteri Pertanian No. 06 Tahun 2015. Tentang Pedoman Dalam Pengembangan Usaha Agribisnis Di Perdesaan*. Jakarta. Retrieved from <http://psp.pertanian.go.id>.

- Kementrian Pertanian. 2015. *Outlook Cabai*. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian. Jakarta. Retrieved from <http://epublikasi.setjen.pertanian.go.id>.
- Noor, J. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Pernada Media Group.
- Rangkuti, F. 2013. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Samadi, B. 2007. *Budidaya Cabai Merah Secara Komersial*. Yogyakarta: Yayasan Pustaka Nusantara.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.